

Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Çerçevesinde Çevreci Bilinç Düzeyinin Çevreci Davranış Üzerine Etkisi: Düzce İli Örneği

The Effect of Environmentalist Consciousness Level on Environmentalist Behavior Within The Framework of Green Marketing Activities: The Case of Duzce Province

Kahraman ÇATI*

Yusuf ÖCEL**

Öz

Bu araştırmanın temel amacı yeşil pazarlama faaliyetleri çerçevesinde insanların çevreci bilinç düzeyinin çevreci davranış üzerine etkisini ölçmektir. Ayrıca, demografik özelliklere göre çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranışların farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir. Araştırmanın evrenini Düzce ili oluşturmaktadır. Araştırma amacına uygun olarak 275 kişiden anket tekniği ile veri toplanmıştır. Çevreci bilinç düzeyi ile ilgili beş faktör ortaya çıkmıştır. Bunlar; çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci, olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilinci, çevreyi korumak için fedakârlık bilinci, dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç ve çevreci bir çabanın gereksizliği bilincidir. Çevreci davranış ile ilgili üç faktör ortaya çıkmıştır. Bunlar; çevreyi korumak için yapılan fedakârlıklar, geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi ve israftan kaçınmadır. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar değerlendirildiğinde çevreci bilinç düzeyinin çevreci davranışı etkilediği görülmüştür. Katılımcıların demografik özelliklerine bağlı olarak çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranışın farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: Yeşil Pazarlama, Çevreci Bilinç, Çevreci Davranış.

Abstract

The main purpose of this research is to measure the effect of people's environmentalist consciousness level on environmentalist behavior within the framework of green marketing activities. It is also aimed to determine whether environmentalist consciousness and environmentalist behaviors differ according to demographic characteristics. The population of the study is the province of Duzce. In accordance with the research purpose, data was collected by using survey from 275 people. There are five factors related to environmentalist consciousness. These are consciousness of sensitivity to environmental protection, consciousness of sensitivity against negative consumption habits, consciousness of sacrifice to protect the environment, consciousness against environmental policies in the world and consciousness of needlessness of environmentalist efforts. There are three factors related to environmentalist behavior. These are sacrifices made to protect the environment, preference of products suitable for recycling and avoidance from waste. When the answers of the participants were evaluated, it is shown that the environmentalist consciousness affects the environmentalist behavior. It is also appeared that environmentalist consciousness and environmentalist behavior differ depending on the demographic characteristics of the participants.

Key Words: Green Marketing, Environmentalist Consciousness, Environmentalist Behavior.

Giriş

Nüfusun artması, teknolojinin gelişmesi, refah düzeyinin yükselmesine bağlı olarak tüketimin artması beraberinde bazı sorunları ortaya çıkarmıştır. Bunlardan biri de su, hava, toprak, bitki vb. gibi yaşam ortamlarını oluşturan çevresel değerlerin bozulmasıdır. İnsanoğlu bu yaşam ortamlarını oluşturan unsurlardan biri olmanın yanında çevrenin bozulmasına da neden olabilmektedir. Özellikle sanayi devriminden sonra oluşan nüfus artışları ve sanayi için gereksinim duyulan kaynakların paylaşımının neden olduğu savaşların etkisi ile çevre kirlilikleri ve çevresel bozulmalar meydana gelmiştir (Yücel vd., 2006, s. 2017). Su, hava, toprak, gürültü, bitki örtüsü (flora), yabancı hayvanlar (fauna), kültürel çevre kirlilikleri başlıca çevre sorunlarını oluştururken; nüfusun artması, kentleşme, sanayileşme ve turizm ise bu sorunları ortaya çıkaran nedenler olarak görülmektedir (Türküm, 1998, s. 165-

* Prof. Dr., İnönü Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, kahramancati@yahoo.com.

** Dr. Öğr. Üyesi, Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, yusufocel@duzce.edu.tr.

170). Ülkemizde ise son on yıl baz alındığında her yıl bir milyon nüfusun arttığı gözlenmektedir^{††}. Bununla birlikte Çevre ve Şehircilik Bakanlığının 2 yılda bir yaptığı Türkiye çevre Sorunları ve Öncelikleri Değerlendirme Raporu'na göre 31 ilde su kirliliği, 26 ilde hava kirliliği, 21 ilde atıklar, 2 ilde gürültü kirliliği ve bir ilde erozyon en önemli çevre sorunu olduğu belirlenmiştir.^{‡‡}

Dünyada ve ülkemizde çevre ile ilgili yukarıda bahsedilen sıkıntılar yaşanırken sorunların doğru tespit edilmesi ve önceliğin belirlenmesi gerekmektedir. Dünya nüfusunun her geçen yıl yüz milyon arttığı da göz önüne alındığında çevrenin korunması daha da fazla önem arz etmektedir. Bu kapsamda çevresel değerlerin korunması, çevreci davranış sergilenmesi ve bu değerlerin gelecek nesillere aktarılması da büyük önem arz etmektedir. İnsanların doğal dünyayı etkileyecek olumsuz eylemlerini bilinçli bir şekilde azaltma yönünde gayret sarf etmeleri (örnek olarak, enerji tasarrufu yapmak, kesilen ağaçların yerine yenilerini dikmek, doğada tükenmeyecek malzemeleri geri dönüşüm teknolojisi ile yeniden kullanmak) çevreci davranışın tanımlarından biridir (Kollmus ve Agyeman, 2002, s. 240).

Günümüze gelene kadar çevrenin korunması, geliştirilmesi ve iyileştirilmesi konusunda bir takım yaklaşımlar boy göstermiştir. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında çevrecilik akımları oluşmaya başlamıştır. Çevre koruma konusunda 1970'lerde daha çok kirliliği önleme, 1980'lerde çevre yönetimi, 1990'larda toplam kalite yaklaşımı ve bugünlerde temiz üretim ve çevre dostu üretimle katkı sağlanmaktadır (Yücel ve Emekçiler, 2008, s. 321-322). Yani 20. Yüzyılın sonlarında ortaya çıkan yaklaşım yeşil pazarlama olarak adlandırılmaktadır. Yeşil pazarlama tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerini yerine getirirken aynı zamanda işletmelerin de hedeflerine ulaşmasını sağlayacak doğa ile dost ürünlerin üretilmesini, fiyatlandırılmasını, dağıtımını ve tutundurulmasını içeren ve ürününün kullanım sonrasını da kapsayan pazarlama faaliyetleridir (Çabuk, Nakıboğlu ve Keleş, 2008, s. 87). Yeşil pazarlamanın amacı çevreye zararsız veya minimum zarar veren çevre dostu ürünlerin üretilmesi ve bu doğrultuda tüketilmesidir.

Bu araştırmada yeşil pazarlama faaliyetleri çerçevesinde çevreci bilinç düzeyinin çevreci davranış üzerine etkisinin olup olmadığı incelenmektedir. Ayrıca demografik özelliklere göre çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranışın farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesi araştırmanın alt amaçlarındanıdır. Tüketimin ve nüfusun artmasına bağlı olarak dünya kaynaklarının doğru kullanılması açısından bu araştırma sonuçları önem arz etmektedir.

Literatür Taraması

İnsanın doğa ile ilişkisi, ondan yararlanma çabaları ile başlayıp, daha sonra bilimin gelişmesi ile doğru orantılı olarak, onun üzerinde üstünlük kurma çabalarına dönüşmüştür. Teknolojinin desteğini alarak güçlenen insanoğlu, doğayı sınırsızca kullanmaya başlamıştır. Giderek bu durumun yıkıcı etkileri karşısında insanoğlu, bu kez de çevre sorunları olarak adlandırılan bu durumla nasıl başa çıkabileceğini sorgular olmuştur. Zamanla yitirilen kaynaklar ve güzelliklerden yoksun kalmanın meydana getirdiği rahatsızlık, gelecek kaygısı,

^{††} TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr/>

^{‡‡} http://www.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/cevre_sorun_2016.pdf

insanoğlunu tedbirler almaya, hatalarını tekrarlamamaya yöneltmiştir. Bu açıdan bakıldığında çağdaş çevre bilincinin oluşumunun hızlandığı söylenebilir (Türküm, 1998, s. 172). Çevre sorunlarının en büyük özelliği lokal değil global olmasıdır. Söz konusu çevre sorunları din, dil, ırk, yaşlı-geç, kadın-erkek, zengin-fakir, akademisyen-çiftçi, köylü-şehirli, fen bilgisi veya müzik öğretmeni, matematik, kimya veya fizik öğretmeni gibi bir ayrıma gitmeden herkesi etkilemektedir (Erten, 2004, s. 3). Bununla birlikte insanlar genelde çevreci bilgileri paylaşır, ekolojik konularda duygusal tepki gösterir ve doğal çevrenin korunması ile ilgili davranışlara bağlıdır. Bu kapsamda çevresel tutumlarda bilişsel, duygusal ve davranışsal yönler arasındaki ilişki karmaşık olduğu için araştırılması da gerekmektedir (Rokicka, 2002, s. 79). Bu doğrultuda bu araştırmanın dikkat çekici sorunsalı çevresel bilinç düzeyi ve çevreci davranış değerleri arasındaki ilişkinin olup olmadığını test etmektir. Yani insanların çevreci bilinç düzeyleri arttıkça çevreci davranışta bulunup bulunmadıklarını test etmektir. Bu doğrultuda çevre, yeşil pazarlama, çevreci bilinç ve çevreci davranış kavramlarını açıklamak faydalı olacaktır.

Birçok araştırmacı çevre bilgisi, çevre bilinci ve çevresel davranış konuları arasındaki ilişkiyi açıklamak için çalışmalar yapmıştır. Çevresel davranışlara etki eden faktörlerin neler olduğu ile ilgili yapılan çalışmalarda çevresel davranışın ortaya çıkabilmesi için inançların, tutumların, bilincin, çevresel kaygıların etkili olduğu görülmektedir (Ajzen ve Fishbein, 1980, s. 239; Burgess vd., 1998, s. 1447; Hines vd., 1986, s. 87; Redclift ve Benton, 1994, s. 7-8). Yapılan çalışmalar ışığında çevresel değerlerin korunması ile ilgili birçok varsayım ortaya konulmuştur. Bu varsayımlar çevresel bilincin ve davranışın eğitim, çevresel duyarlılık, bilinç, çevresel davranış, sorumluluk, önemseme ve benimseme vb. ilişkili olduğudur. Bu varsayımlardan en önemli etmenin başında toplumun karşılaştığı veya karşılaşacağı sorunların üstesinden gelmesinin ve geleceği şekillendirmenin eğitim olduğu varsayımdır (Hoody, 1995). Çevre eğitimi, çevrenin korunması için tutumların, değer yargılarının, bilgi ve becerilerin geliştirilmesi ve çevre dostu davranışların gösterilmesi ve bunların sonuçlarının görülmesi sürecidir (Erten, 2004, s. 3). Çevre eğitimi ile ilgili araştırmalardan ortaya çıkan sonuç; çevre eğitiminin erken yaşlarda görsel, işitsel ve uygulamalı bir şekilde verildiğinde çevre bilgisi, duyarlılığı ve bilincinin arttığı yönündedir (Tahiroğlu vd., 2010). Çevresel duyarlılığın, çevresel bilincin ve çevresel davranışların ortaya çıkması da eğitimle ilişkilidir. Bireyler de çevre duyarlılığının geliştirilmesi, bilinç düzeyinin artırılması da her düzeye uygun olarak verilecek olan çevre eğitimi ile söz konusu olabilir. Çünkü bireylerin çevreye karşı olan bu sorumluluğu geliştirebilmesinin en etkili yolunun eğitim olduğu düşünülebilir (Çabuk ve Karacaoğlu, 2003). Yapılan bir araştırmada çevre bilincindeki artışın, tüketici davranışı üzerinde derin etkisinin olduğu ve yeşil ürün pazarında gözle görülür bir oranda genişleme yaşandığı belirtilmektedir (Schlegelmilch vd., 1996, s. 35).

Çevreyi anlamak, korumak ve sahiplenmek için çevrenin anlaşılması gerekmektedir. Çevre, insanla birlikte tüm canlı varlıklar, cansız varlıklar, canlı varlıkların eylemlerini etkileyen veya etkileyebilecek olan fiziksel, kimyasal, biyolojik ve toplumsal nitelikteki tüm etkinliklerdir (Dawson, 1992, s. 76). Canlı ve cansız varlıkları kendi amaçları için kullanma yeteneğine sahip olan insanlar, yüzyıllar boyunca kendi aleyhlerine olmasına rağmen bu ye-

teneklerini sınır tanımadan kullanmışlardır (Yücel vd., 2006, s. 2017). Bu doğrultuda geçmişten günümüze çevreyi korumak, insanları ürün tercihlerinde çevre dostu olan ürünlere yöneltmek veya bir başka deyişle çevreci davranış sergilemeyi sağlamak için birçok yaklaşım, etkinlik, organizasyon, politika, eğitim, kavram vb. geliştirilmiştir. Bunların içerisinde önde gelen yaklaşımlardan birisi de yeşil pazarlamadır. 1970'lerde çevrecilik olarak, 1980'lerin sonunda 1990'ların başında "Yeşiller" olarak adlandırılan (Gerlach 2001, s. 291) yeşil pazarlamanın tanımı şöyle yapılabilir; tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerini yerine getirirken aynı zamanda işletmelerin de hedeflerine ulaşmasını sağlayacak doğa ile dost ürünlerin üretilmesini, fiyatlandırılmasını, dağıtımını ve tutundurulmasını içeren ve kullanım sonrasını da kapsayan pazarlama faaliyetleridir (Çabuk, Nakıboğlu ve Keleş, 2008, s. 87). Yeşil pazarlama ile odaklanan nokta, işletmelerin hedeflerine ulaşması adına tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevreye zarar verilmemektir (Fuller, 1994, s. 5; Polonsky ve Rosenberger, 1994, s. 21).

Çevre bilinci, sürdürülebilir bir yaşam için bireylerin çevreye karşı duyarlı tutum ve davranış geliştirmesi olarak tanımlanabilir (Dikmenli ve Konca; 1277). Çevre bilinci; çevrenin farkına varmak, devamlılığını sağlamanın önemini unutmamak, doğayı korumak, tasarruf ederek doğanın tüketilmemesi gereğini bilmektir. Bireysel ve toplumsal bir sorumluluk olarak çevre bilinci; bireyin dün ile bugünü, geçmişle geleceği unutmaksızın, hem kendisine hem de doğaya saygılı olabilmesi demektir (Türküm, 1998, s. 172). Çevre bilincinden amaçlanan; önce çevreyi bilmek, sonra çevreye karşı tutumların (olumlu-olumsuz-koruma-kaygılanma) oluşması ve son olarak yararlı davranışlar sergilemek şeklindedir (Erten, 2004, s. 4). Yapılan bir araştırmada bilinçli insanların herhangi bir tepkide bulunmamalarının nedeninin insanların gerek aile, gerekse okul eğitimlerinde çevre korumaya yönelik davranışların verilmemesi, örnek davranışların ödüllendirilmemesi veya olumsuz tutumların ceza görmemesi ile açıklamak mümkündür (Yücel vd; 2006, s. 227). Çevreci bilinç içerisinde değerlendirilmesi gereken bir konu da çevre duyarlılığı veya duyarlılık bilincidir. Çevreye duyarlılık; oluşan bilinç ve gösterilen davranışlar çerçevesinde zaman içinde çevre ve doğa üzerinde oluşan etkileri kanıtlanmış veya kanıtlanmamış sorunların halk tarafından nasıl algılandığı, halkın duyduğu rahatsızlıklar, gösterdiği tepkilerdir (Yücel vd. 2006, s. 2018). Yapılan bir araştırmada katılımcıların çevreye karşı duyarlı olup olmadıklarına ve aldıkları eğitimin yeterli olup olmadıklarına ilişkin görüşler incelenmiş olup; çıkan sonuçta bayanların erkeklere göre, eğitim seviyesi yüksek olanların düşük olanlara göre daha duyarlı oldukları ortaya çıkmıştır (Çabuk ve Karacoğlu, 2003, s. 192). Roberts (1996)'da ise demografik özelliklerle çevreci davranışlar arasında birçok ilişkinin olduğunu gözler önüne sermektedir. Örneğin sosyo-ekonomik durum ile çevreci davranış arasında ilişkinin olduğu, kadınların çevreci davranışlarda daha duyarlı oldukları, eğitim, gelir ve meslek ile çevreci davranışlar arasında ilişkinin olduğu bulunan sonuçlardır (Roberts, 1996). Petts ve arkadaşlarının (1998) ulusal düzeyde yaptığı anket araştırma sonuçlarına göre gençlerin çevre hakkında yaşlılara göre daha ilgili oldukları görülürken; odak grup görüşmesine göre ise tam tersi durum söz konusu olmuştur (Petts vd, 1998, s. 717).

Çevreci davranış, çevreye zararı en az olan, hatta çevreye yararı olan davranışları tercih etmektir (Steg ve Vlek, 2009, s. 309). Çevre dostu kavramı ise, çevreye minimum

düzye zarur verne, hatta çevreye fayda oluşturacak davranışlarda bulunma olarak nitelendirilmektedir (Scannell ve Gifford, 2010, s. 289). Bamberg ve Möser'in (2007) göre çevreci davranış, kişisel ve toplumsal çıkarların yanı sıra diğer canlı türlerinin ve gelecek nesillerin faydalarını düşünmektir. Ayrıca, sağlıklı yaşamak isteyen toplumun doğal tarımı koruması, hava, su ve toprak kirliliğine dikkat etmesi ya da ekolojik dengenin korunmasına yönelik davranışlar sergilemesidir. Steg ve Vleg'in teşvik edici çevreci davranışın neler olduğu ile ilgili yapmış oldukları literatür çalışmasında dört konu üzerinde durulmuştur. Bunlar çevresel kaliteyi arttırmak için hangi davranışların değiştirilmesi gerektiği, ilgili davranışları hangi faktörlerin belirlediği, çevresel davranışlarda en iyi teşvik edici uygulamaların neler olduğu ve bu uygulamaların etkilerinin neler olduğudur. Bunlardan birkaç örnek vermek gerekirse, araba kullanımını azaltmak, termostat ayarını düşürmek, düşük maliyetle yüksek çevresel faydalar sağlayan ürünler tercih etmek, bir ürünü tekrar kullanmak veya geri dönüşümlü ürünlerden daha fazla çevresel fayda sağlayacak satın alma davranışlarını değiştirmektedir (Steg ve Vlek, 2009, s. 310).

Bu araştırmanın sorunsalını desteklemek adına literatürde çevresel bilinç düzeyinin çevresel davranışları etkilemesi yönünde bir takım çalışmalar mevcuttur. Özellikle çevre sorunlarının çözümünde, bireyin duyarlılığının ve aldığı çevre eğitiminin yeterliliğinin etkisi göz ardı edilemez (Çabuk ve Karacoğlu, 2003, s. 191). Rokicka'nın (2002) araştırma sonuçları, yüksek derecede çevresel bilgiye ulaşan tüketicilerin duygusal söylemlerden çok çevresel davranış sergilediklerini göstermektedir. Yıldız ve Barut'un (2016) yapmış olduğu çalışmada ise çevresel kaygı, çevresel bilgi, yeşil ürün ve yeşil fiyatın yeşil satın alma davranışı üzerinde olumlu yönde bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (Yıldız ve Barut, 2016, s. 158).

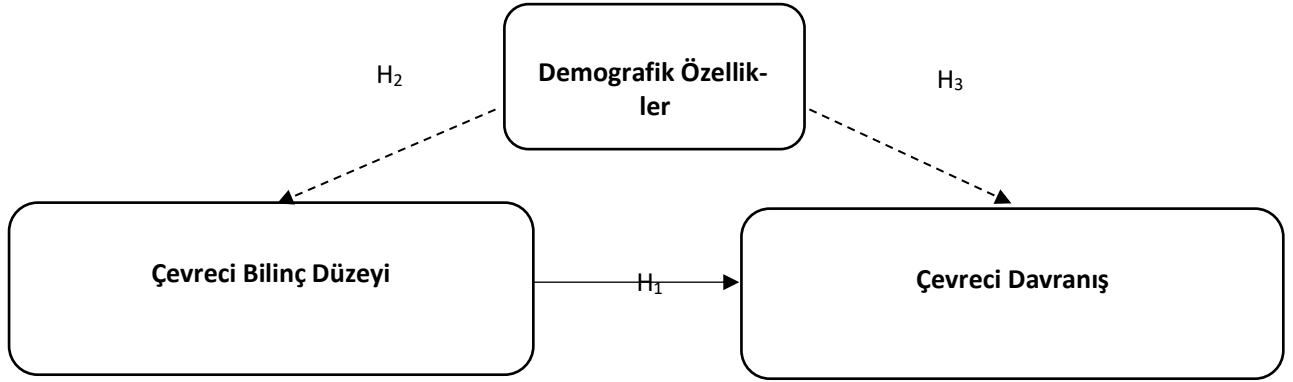
Yukarıda ifade edilen literatürün aksine yapılan çalışmaların bir kısmında, çevreyle ilgili bilgi ve farkındalık düzeyindeki artışın çevreci davranışla sonuçlanmadığı ifade edilmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre çevresel problemlerin çözümlenebilmesinde en önemli belirleyici tüketicilerin inançlarının olduğu vurgulanmıştır (Roberts, 1996, s. 217). Diğer bir kısım araştırmacılar ise, çevre ve çevreyle ilgili konularda bilgi sahibi olmanın, çevreci davranışı doğrudan etkilemese de çevreyle ilgili karar verme sürecinde önemli olduğu üzerinde durulmuştur. (Hines, Hungerford ve Tomera, 1987; Hungerford ve Volk, 1990).

Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezler

Bu araştırmanın temel amacı, çevreci bilinç düzeyinin çevreci davranış üzerine etkisinin olup olmadığını test etmektir. Araştırmanın alt amaçları ise aşağıdaki şekildedir:

- Katılımcıların demografik özelliklerine bağlı olarak çevreci bilinç düzeyinin değişip değişmediğini belirlemek ve
- Katılımcıların demografik özelliklerine bağlı olarak çevreci davranışın değişip değişmediğini belirlemektir.

Yukarıda ifade edilen amaçlar doğrultusunda araştırmanın modeli ve hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Araştırmada test edilecek temel ve alt hipotezler

Temel hipotez H₁: “Çevreci Bilinç düzeyi Çevreci Davranışı etkilemektedir.”

Alt hipotezler: H_{1a,b,c}: “Çevreci bilinç düzeyi boyutlarından çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci a)çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar davranışını b)geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi davranışını c)israftan kaçınma davranışını etkilemektedir.”

H_{1d,e,f}: “Çevreci bilinç düzeyi boyutlarından olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilinci d)çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar davranışını e)geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi davranışını f)israftan kaçınma davranışını etkilemektedir.”

H_{1g,h,i}: “Çevreci bilinç düzeyi boyutlarından çevreyi korumak için fedakârlık bilinci g)çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar davranışını h)geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi davranışını i)israftan kaçınma davranışını etkilemektedir.”

H_{1j,k,l}: “Çevreci bilinç düzeyi boyutlarından dünyadaki çevreci politikalara karşı j)çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar davranışını k)geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi davranışını l)israftan kaçınma davranışını etkilemektedir.”

H_{1m,n,o}: “Çevreci bilinç düzeyi boyutlarından çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci m)çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar davranışını n)geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi davranışını o)israftan kaçınma davranışını etkilemektedir.”

Temel hipotez H₂: “Katılımcıların demografik özelliklerine bağlı olarak çevreci bilinç düzeyleri farklılık göstermektedir.”

Alt hipotezler H_{2a,b,c,d,e,f}: Katılımcıların a)cinsiyetlerine, b)yaşlarına, c)eğitim durumuna, d)mesleklerine, e)medeni durumuna, f)gelir durumuna, g)çevrecilik konusunda eğitim alma durumuna bağlı olarak çevreci bilinç düzeyine yönelik düşünceleri arasında anlamlı farklılık vardır.

Temel hipotez H₃: “Katılımcıların demografik özelliklerine bağlı olarak çevreci davranışları farklılık göstermektedir.”

Alt hipotezler H_{3a,b,c,d,e,f}: Katılımcıların a)cinsiyetlerine, b)yaşlarına, c)eğitim durumuna, d)mesleklerine, e)medeni durumuna, f)gelir durumuna, g)çevrecilik konusunda eğitim alma durumuna bağlı olarak çevreci davranışları farklılık göstermektedir.

Araştırmanın Yöntemi, Evreni ve Örneklemi

Yeşil pazarlama faaliyetleri çerçevesinde çevreci bilinç düzeyi ile çevreci davranış arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla, araştırmada veri toplama yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm katılımcıların çevreci bilinç düzeylerini ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Son

bölüm ise çevreci davranış düzeylerini ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Araştırma da kullanılan çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranış ölçekleri Bohlen ve arkadaşlarının (1993) ve Robert'ın (1996) yapmış olduğu araştırmalardan uyarlanmıştır. Çevreci davranış ölçeği 26 ifadeden, çevreci bilinç ölçeği 15 ifadeden oluşmaktadır. Hazırlanan anket formunda 5'li likert ölçeği kullanılmıştır (1-kesinlikle katılmıyorum, 2-katılmıyorum, 3-ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-katılıyorum 5- kesinlikle katılıyorum). Araştırmanın evrenini Düzce ili oluşturmaktadır. Araştırmada, örnekleme yöntemi olarak tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Araştırma verileri, 01.04.2018-31.05.2018 tarihleri arasında Düzce ilinde ikamet eden 275 kişiden toplanmıştır. Genel bir kural olarak, alınacak örneklem büyüklüğünün değişken sayısının en az 5 katı, hatta 10 katı civarında olmasıdır (Karagöz ve Kösterelioğlu 2008, s. 85). Bu çalışmada yer alan ifadelerin toplamı 41'dir. Örneklem, ifade sayısının 5 katından fazladır. Araştırma verilerinin analizinde SPSS paket programı kullanılmıştır. Öncelikle anket tekniği ile elde edilen veriler, SPSS paket programına girilmiştir. Verilerin programa girilmesinin ardından ilk olarak demografik özellikleri analiz etmek için frekans analizi yapılmıştır. Daha sonra araştırmanın değişkenleri olan çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranış arasındaki ilişkiyi ve etkiyi inceleyebilmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Çevreci bilinç düzeyinin çevreci davranış üzerine etkisi ise çoklu doğrusal regresyon analiz tekniği ile test edilmiştir. Son olarak katılımcıların demografik özelliklerine bağlı olarak çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranışın farklılaşp farklılaşmadığı ANOVA ve T-testi ile analiz edilmiştir.

Bulgular

Bu bölümde araştırma desenine uygun olarak frekans dağılımları belirlenmiş ve faktör analizi, korelasyon analizi, çoklu doğrusal regresyon analizi, t-testi, ANOVA testleri yapılmıştır. Aşağıda bu bulgular değerlendirilmektedir.

Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan bireylerin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, medeni durum ve gelir bilgileri ile ilgili betimsel sonuçlar Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Demografik bulgular

Demografik Özellikler	Gruplar	Kişi Sayısı	Yüzde değeri	Demografik Özellikler	Gruplar	Kişi Sayısı	Yüzde değeri	
Cinsiyet	Erkek	155	56,4	Meslek	İşçi	17	6,2	
	Kadın	120	43,6		Devlet Memuru	66	24,0	
Yaş Aralığı	18-25	66	24,0		Özel Sektör	72	26,2	
	26-35	116	42,2		Ev Hanımı	23	8,4	
	36-45	62	22,5		Serbest Meslek	24	8,7	
	46-55	16	5,8		Öğrenci	43	15,6	
	56 ve üzeri	15	5,5		Çalışmıyor	17	6,2	
					Emekli	13	4,7	
Eğitim Durumu	İlkokul	11	4,0		Medeni Durum	Evli	135	49,1
	Ortaokul	14	5,1			Bekar	140	50,9
	Lise	108	39,3	Gelir	1600 TL ve Altı	28	10,2	
	Üniversite	119	43,3		1601-2500	74	26,9	
	Lisan üstü	23	8,4		2501-3500	78	28,4	
Çevrecilik Eğitimi Alma Durumu	Aldım	57	20,7		3501-4500	29	10,5	
	Almadım	218	79,3		4501 ve üzeri	66	24,0	

Tablo 1 incelendiğinde Düzce ilinde araştırmaya katılan (toplam 275) erkek ve kadın sayıları ve oranlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Katılımcıların demografik özellikleri içerisinde yer alan ikinci ifade ise yaştır. Yaş grubuna bakıldığında yaklaşık %70'lik bir oran ile orta yaş grubu çoğunluktadır. Demografik özelliklerin bir diğeri ise eğitim durumudur. Cevaplayıcıların eğitim durumuna bakıldığında yaklaşık %72'sinin lise ve üniversite mezunu olması ankete katılanların eğitim durumunun yüksek olduğunu göstermektedir. Eğitim durumunun yüksek olması cevaplayıcıların değişkenleri algılamalarını önemli kılmaktadır. Ankete katılan cevaplayıcıların mesleklerine bakıldığında devlet memuru ve özel sektör çalışanlarının yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Demografik bulguların bir diğer sonucu da medeni durumdur. Evli ve bekarların katılımının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Gelir durumunda ise orta ve üst gelir grubunun yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların çevrecilik konusunda herhangi bir eğitim (konferans, seminer, sertifika, kongre vb.) alıp almadıkları ile ilgili durumda ise çoğunlukla almadıklarını beyan etmişlerdir.

Çevreci Bilinç Düzeyi ve Çevreci Davranış Faktörleri

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların çevreci bilinç düzeyleri ile ilgili elde edilen verilere açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilen analiz çıktıları Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Çevreci Bilinç Düzeyi Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler Ve İfadeler	Faktör ort.	Faktör Yükleri	Var-yans	Öz değer
1. Faktör: Çevreyi Korumaya Karşı Duyarlılık Bilinci				
Hepimiz çevre korumak konusunda bir katkıda bulunsaydık, önemli bir etki olurdu.	4,50	,855	32,466	7,467
Herkes çevreyi korumak için kişisel olarak günlük hayatında sorumluluk almak zorundadır.	4,44	,815		
Her birimiz birey olarak çevre korumaya katkıda bulunabilir.	4,48	,796		
Çevrenin tahrip edilmesinin artması ciddi bir sorundur.	4,42	,784		
İsrafin artması çevreyi olumsuz etkilediğini düşünüyorum.	4,44	,726		
Çevre kirliliğini önlemek için daha keskin küresel önlemler alınmalıdır.	4,46	,663		
Günümüzde çevre, toplumun yüzleştiği en önemli konudur.	4,20	,607		
Hükümet yetkilileri çevreyi korumak için sorumluluk almalıdır.	4,38	,598		
Çevre korunmazsa gelecek nesiller zarar görecektir.	4,43	,593		
Gelecekle ilgili planlar yapılırken çevreyi korumakla beraber düşünülmeli	4,14	,574		
2. Faktör: Olumsuz Tüketim Alışkanlıklarına Karşı Duyarlılık Bilinci				
Moda anlayışının çevreyi olumsuz etkilediğini düşünüyorum	3,54	,879	11,122	2,558
İnsanların gösterişe önem vermesinin çevreyi olumsuz etkilediğini düşünüyorum	3,70	,870		
Tüketimin teşvik edilmesinin çevreyi olumsuz etkilediğini düşünüyorum.	3,88	,788		
3. Faktör: Çevreyi Korumak İçin Fedakârlık Bilinci				
Çevremizi korumak için gerektiğinde daha fazla para ödemeliyiz.	3,82	,641	6,511	1,498
Çevrenin korunması için önemli miktarda para tahsis edilmelidir.	4,00	,631		
Siyasi partilerin çevre politikaları oy kararımı etkiler.	3,26	,553		
Çevre sorunları konusunda çok fazla karışıklık mevcuttur.	3,70	,397		
4. Faktör: Dünyadaki Çevreci Politikalara Karşı Bilinç				
Gelişmiş ülkeler nükleer depolama yaparken gelişmekte olan ülkeler için çevreci yaklaşımı öne sürmelerini doğru bulmuyorum	3,49	,675	5,598	1,288
Gelişmiş ülkeler bazı faaliyetlerde bulunurken, gelişmekte olan ülkeler için çevreyi öne sürerek faaliyetlerin durdurulmasının istenmesini siyasi buluyorum.	3,93	,668		
Çevre gibi küresel problemlerin politik malzeme olarak kullanıldığını düşünüyorum.	3,56	,601		

Çevrenin politik malzeme olarak kullanılması, çevreye duyarlılığı olumsuz etkilemektedir.	3,69	,522		
5. Faktör: Çevreci Bir Çabanın Gereksizliği Bilinci				
Çevresel bozulmayı durdurmak için kişisel olarak yardımcı olamam.	1,96	,802	5,179	1,191
Çevrenin önemli olduğu konusu abartılmaktadır.	1,82	,716		
Değerlendirme Kriterleri				
Kaiser-Meyer-Olkin Measure Of Sampling Adequacy: 0,879, Approx. Chi-Square: 2878,632, Barlett's Test Of Sphericity: 0,000, Extraction Method: Principal Component, Rotation Method: Varimax, Açıklanan Varyans Toplamı: 60,877, Cronbach's Alpha Katsayısı: 0,833				

Tablo 2 incelendiğinde çevreci bilinç algısı için yapılan faktör analizi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi ve Barlett testi sonucunun yeterli olduğu görülmektedir (KMO değeri 0,879. Barlett testi sonucu $p < 0,000$). KMO değeri olarak 0.5-1.0 arası değerler kabul edilebilir olarak değerlendirilirken 0.5'in altındaki değerler faktör analizinin söz konusu veri seti için uygun olmadığını göstermektedir (Altunışık vd., 2010; Kalaycı, 2008). Tablo 2 incelendiğinde çevreci bilinç faktör analizi için temel bileşenler analizi ve varimax döndürme tekniği kullanılmıştır. Her iki faktör de yükleri birbirine yakın olan 6. ifade ("çevreyi korumak için yapılan harcamalar aslında gerekli değildir" binişik faktör yükleri 0,592 ile 0,462) ve 18. ifade ("İşletmeler çevre konusundan önce karlılığa önem vermedir" binişik faktör yükleri 0,392, 0,358 0,430) ölçekten çıkarılmıştır. 11. İfade tek başına bir faktör olarak kaldığı için ("her birimiz çevreyi korumaya çalışacak bile toplum olarak yapılması gerekenler ihmal edilecektir" faktör yükü 0,863) ölçekten çıkarılmıştır. Bu doğrultuda çevreci bilinç ölçeğinde 23 ifade kalmıştır. Bu maddelerin beş faktör altında toplandıkları Tablo 2'de görülmektedir. Ankette yer alan ifadeler birlikte düşünüldüğünde birinci faktör "Çevreyi Korumaya Karşı Duyarlılık Bilinci"; ikinci faktör "Olumsuz Tüketim Alışkanlıklarına Karşı Duyarlılık Bilinci"; üçüncü faktör "Çevreyi Korumak için Fedakârlık Bilinci"; dördüncü faktör "Dünyadaki Çevreci Politikalara Karşı Bilinç"; beşinci faktör ise "Çevreci Bir Çabanın Gereksizliği Bilinci" olarak isimlendirilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde toplam açıklanan Varyansın %60,877 olduğu görülmektedir. Bu sonuçla çevreci bilincin açıklanmasında beş faktörün kabul edilebilir payı olduğu görülmektedir.

Tablo 3'de ise katılımcıların çevreci davranış verileri üzerinden açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Tablo 3 incelendiğinde çevreci davranış için yapılan faktör analizinde ortaya çıkan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi ve Barlett testi sonucunun yeterli olduğu görülmektedir (KMO değeri 0,833. Barlett testi sonucu $p < 0,000$). Ortaya çıkan bu sonuç çevreci davranış faktör analizinde örneklem büyüklüğünün araştırma için iyi olduğunu göstermektedir.

Tablo 3: Çevreci Davranış Faktör Analiz Sonuçları

Faktörler ve İfadeler	Faktör ort.	Faktör Yükleri	Varyans	Öz Değer
1. Faktör: Çevreyi Korumak İçin Yapılan Fedakarlıklar				
Katlanacağı maliyetler artsa bile çevre dostu deterjanlar tercih ederim.	3,31	,841	35,675	4,638
Bir ürün satın almadan önce çevresel etkilerine bakarım.	3,42	,794		
Bir ürün satın alırken fiyatına bakmaksızın çevre dostu olanı seçerim.	3,13	,740		
Fiyatı yüksek olsa bile organik yetiştirilmiş meyve ve sebze tüketirim.	3,45	,616		
Çevreye zararlı olan işletmeleri boykot ederim.	3,47	,571		
Fiyatları birbirine yakın olan ürünlerden eğer birini seçeceksem çevre dostu ürünü tercih ederim.	3,82	,549		
2. Faktör: Geri Dönüşüme Uygun Ürünlerin Tercih Edilmesi				

Ürünlerde çevreyi korumaya yönelik etiketler ararım.	3,66	,786	12,623	1,641
Geri dönüşümlü kağıt ürünleri (kağıt, plastik, cam, metal) kullanımım.	4,04	,777		
Bir çöpün hangi geri dönüşüm kutusuna atılacağına dikkat ederim.	4,08	,620		
Elimden geldiği kadar ambalajı tekrar kullanılabilir ürünleri alırım.	4,02	,615		
3. Faktör: İsraftan Kaçınma				
Yeme ve içmede israftan kaçınmaya çalışırım	4,33	,819	8,635	1,123
Enerji tüketiminde israftan kaçınmaya çalışırım.	4,26	,766		
Çevreyi korumakla ilgili paylaşımlar yaparım.	3,72	,455		
Değerlendirme Kriterleri				
Kaiser-Meyer-Olkin Measure Of Sampling Adequacy: 0,833, Approx. Chi-Square: 1177,156 Barlett's Test Of Sphericity: 0,000, Extraction Method: Principal Component, Rotation Method: Varimax Açıklanan Varyans Toplamı: 56,933, Cronbach's Alpha Katsayısı: 0,818				

Tablo 3 incelendiğinde çevreci davranış faktör analizi için temel bileşenler analizi ve varimax döndürme tekniği kullanılmıştır. Her iki faktör de yükleri birbirine yakın olan 5 ifade (“Çevreci gruplara destek veririm” binişik faktör yükleri 0,515 ile 0,491) ölçekten çıkarılmıştır. 14. İfade tek başına bir faktör olarak kaldığı için (“Tekstil ürünlerinde ihtiyacım olmasa bile satın alım yaparım” faktör yükü 0,830) ölçekten çıkarılmıştır. Bu doğrultuda çevreci davranış ölçeğinde 13 ifade kalmıştır. Bu maddelerin üç faktör altında toplandıkları Tablo 3'te görülmektedir. Ankette yer alan ifadeler birlikte düşünüldüğünde birinci faktör “Çevreyi Korumak için Yapılan Fedakarlıklar”; ikinci faktör “Geri Dönüşüme Uygun Ürünlerin Tercih Edilmesi”; üçüncü faktör ise “İsraftan Kaçınma” olarak isimlendirilmiştir. Tablo-3 incelendiğinde toplam açıklanan Varyansın %56,933 olduğu görülmektedir bu sonuçla çevreci davranışın açıklanmasında üç faktörün kabul edilebilir payı olduğu görülmektedir.

Çevreci Bilinç Düzeyi ile Çevreci Davranış Arasındaki İlişki

Araştırma modelinde yer alan çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranış arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan korelasyon analizi Tablo-4'te gösterilmektedir. Tablo 4 incelendiğinde çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranış değişkenlerinin alt boyutları arasında düşük, orta ve yüksek düzeyde anlamlı, pozitif ve negatif ilişkilerin var olduğu görülmektedir. 0,00-0,30 arası değerler düşük düzey ilişki ve 0,30-0,70 arası değerler orta düzey ilişkiye işaret ederken; 0,70-1,00 arası değerler yüksek düzey ilişkiye işaret etmektedir (Büyüköztürk, 2015).

Tablo 4: Korelasyon Analiz Sonuçları

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
1. Çevreyi Korumaya Karşı Duyarlılık Bilinci	1							
2. Olumsuz Tüketim Alışkanlıklarına Karşı Duyarlılık Bilinci	,339**	1						
3. Çevreyi Korumak İçin Fedakarlık Bilinci	,453**	,405**	1					
4. Dünyadaki Çevreci Politikalara Karşı Bilinç	,433**	,406**	,467**	1				
5. Çevreci Bir Çabanın Gereksizliği Bilinci	-,340**	-,050	-,107	-,008	1			
6. Çevreyi Korumak İçin Yapılan Fedakarlıklar	,128*	,229**	,205**	,142*	,047	1		
7. Geri Dönüşüme Uygun Ürünlerin Tercih Edilmesi	,724**	,371**	,767**	,442**	-,186**	,232**	1	
8. İsraftan Kaçınma	,916**	,308**	,391**	,434**	-,319**	,091	,583**	1

Tablo 4’de korelasyon analiz sonuçları incelendiğinde; “Çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci” ile “geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi ve israftan kaçınma” davranış boyutları arasında yüksek düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. “Olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilinci” ile “çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar, geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi ve israftan kaçınma” davranış boyutları arasında düşük ve orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. “Çevreyi korumak için fedakârlık bilinci” ile “çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar, geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi ve israftan kaçınma” davranışları arasında düşük, orta ve yüksek düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. “Dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç” ile “çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar, geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi ve israftan kaçınma” davranış boyutları arasında düşük ve orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişki vardır. “Çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci” ile “geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi ve israftan kaçınma” davranış boyutları arasında düşük ve orta düzeyde negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Çevreci Bilinç düzeyinin Çevreci Davranışı Etkilemesi

Bu bölümde çevreci bilinç boyutlarının çevreci davranış boyutlarını etkileme düzeyleri incelenecektir. Araştırma deseninde yer alan bağımlı değişkenler tek tek (Çevreyi Korumak İçin Yapılan Fedakarlıklar, Geri Dönüşüme Uygun Ürünlerin Tercih Edilmesi, İsriftan Kaçınma) bağımsız değişkenler ise (Çevreyi Korumaya Karşı Duyarlılık Bilinci, Olumsuz Tüketim Alışkanlıklarına Karşı Duyarlılık Bilinci, Çevreyi Korumak İçin Fedakârlık Bilinci, Dünyadaki Çevreci Politikalara Karşı Bilinç ve Çevreci Bir Çabanın Gereksizliği Bilinci) korelasyon analiz çıktılarına göre çoklu olarak regresyon analizine tabi tutulacaktır. Bu kapsamda aşağıda sırasıyla çoklu doğrusal regresyon analizleri yer almaktadır. Tablo 5’de çevreci bilincin boyutlarından “çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilincin, olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilincin, çevreyi korumak için fedakârlık bilincin, dünyadaki çevreci politikalara karşı bilincin ve çevreci bir çabanın gereksizliği bilincin” çevreci davranış boyutu olan “Çevreyi Korumak İçin Yapılan Fedakarlıklar” üzerine etkisi ile ilgili sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 5: Çevreci Bilinç-Çevreci Davranış (Çevreyi Korumak İçin Yapılan Fedakarlıklar) Çoklu Regresyon Analiz Sonuçları

Değişkenler	B	Std. Hata _b	B	T	P	İkili R	Kısmi R	Tol.	VIF
Sabit	2,016	,433		4,653	,000				
Çevreyi Korumaya Karşı Duyarlılık Bilinci	,058	,098	,044	,590	,555	,128	,036	,629	1,590
Olumsuz Tüketim Alışkanlıklarına Karşı Duyarlılık Bilinci	,137	,055	,168	2,506	,013	,229	,151	,763	1,310
Çevreyi Korumak İçin Fedakârlık Bilinci	,161	,090	,128	1,783	,076	,205	,108	,670	1,492
Dünyadaki Çevreci Politikalara Karşı Bilinç	-,005	,081	-,005	-,063	,950	,142	-,004	,669	1,495
Çevreci Bir Çabanın Gereksizliği Bilinci	,075	,057	,084	1,325	,186	,047	,081	,860	1,163
Bağımlı Değişken: Çevreyi Korumak İçin Yapılan Fedakarlıklar									
R: 0,271 R ² : 0,074 F _(5,269) : 4,273 P: 0,001 Durbin-Watson: 1,909 Metod: Enter									

Tablo 5 incelendiğinde “çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci, olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilinci, çevreyi korumak için fedakârlık bilinci, dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç ve çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci” ile “çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar” arasında düşük düzeyde pozitif (sırasıyla; 0,128; 0,229; 0,205; 0,142; 0,047) bir korelasyon olduğu görülmektedir. VIF değerleri arasında 10’dan yüksek bir değer ve tolerance değerleri arasında 0.20’den daha düşük bir değer olmadığı için bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılılığın olmadığı söylenebilir. Ayrıca Durbin–Watson katsayısı (1,909) bağımsız değişkenler ile hata terimleri arasında sorunlu bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Diğer taraftan bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki mevcuttur ($R: 0,271$, $R^2: 0,074$, $p: 0,001$). Standardize edilmiş regresyon katsayılarına (β) göre, çevreci bilinç düzeyi alt boyutlarının çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar üzerindeki görece önem sırası; “olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilinci, çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar bilinci, çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci, çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci ve dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç ” şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilincinin, çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu bulgular ışığında; H_{1d} Kabul edilmiştir.

Tablo 6’da çevreci bilincin boyutlarından “çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilincin, olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilincin, çevreyi korumak için fedakârlık bilincin, dünyadaki çevreci politikalara karşı bilincin ve çevreci bir çabanın gereksizliği bilincin” çevreci davranış boyutu olan “Geri Dönüşüme Uygun Ürünlerin Tercih Edilmesi” üzerine etkisi ile ilgili sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 6: çevreci bilinç-çevreci davranış (geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi) Çoklu Regresyon analiz sonuçları

Değişkenler	B	Std. Hata _b	B	T	P	İkili R	Kısmi R	Tol.	VIF
Sabit	-,328	,177		-1,855	,065				
Çevreyi Korumaya Karşı Duyarlılık Bilinci	,544	,040	,502	13,581	,000	,724	,638	,629	1,590
Olumsuz Tüketim Alışkanlıklarına Karşı Duyarlılık Bilinci	-,008	,022	-,012	-,352	,725	,371	-,021	,763	1,310
Çevreyi Korumak İçin Fedakârlık Bilinci	,579	,037	,565	15,773	,000	,767	,693	,670	1,492
Dünyadaki Çevreci Politikalara Karşı Bilinç	-,031	,033	-,034	-,945	,346	,442	-,058	,669	1,495
Çevreci Bir Çabanın Gereksizliği Bilinci	,032	,023	,044	1,400	,163	-,186	,085	,860	1,163
Bağımlı Değişken: Geri Dönüşüme Uygun Ürünlerin Tercih Edilmesi									
R: 0,877 R ² : 0,769 F _(5,269) : 179,013 P: 0,000 Durbin-Watson: 1,777 Metod: Enter									

Tablo 6 incelendiğinde “çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci, olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilinci, çevreyi korumak için fedakârlık bilinci, dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç ve çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci” ile “geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi” arasında yüksek, orta ve düşük düzeyde pozitif ve negatif (sırasıyla; 0,724; 0,371; 0,767; 0,442; -0,186) bir ikili korelasyon olduğu görülmektedir. VIF değerleri arasında 10’dan yüksek bir değer ve tolerance değerleri arasında 0.20’den daha düşük bir değer olmadığı için bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılılığın olmadığı söylenebilir. Ayrıca Durbin–Watson katsayısı (1,777) bağımsız değişkenler

ile hata terimleri arasında sorunlu bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Diğer taraftan bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişki mevcuttur (R: 0,877, R²: 0,769, p: 0,000). Standardize edilmiş regresyon katsayılarına (β) göre, çevreci bilinç düzeyi alt boyutlarının geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi üzerindeki gö-reli önem sırası; “çevreyi korumak için fedakârlık bilinci, çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci, çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci, dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç ve olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilinci” şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilincinin ve çevreyi korumak için fedakârlık bilincinin, geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu bulgular ışığında; H_{1b} ve H_{1h} kabul edilmiştir.

Tablo 7’de çevreci bilincin boyutlarından “çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilincin, olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilincin, çevreyi korumak için fedakârlık bilincin, dünyadaki çevreci politikalara karşı bilincin ve çevreci bir çabanın gereksizliği bilincin” çevreci davranış boyutu olan “İsraftan Kaçınma” üzerine etkisi ile ilgili sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 7: Çevreci bilinç-çevreci davranış (İsraftan Kaçınma) Çoklu Regresyon analiz sonuçları

Değişkenler	B	Std. Hata _b	B	T	P	İkili R	Kısmi R	Tol.	VIF
Sabit	-,072	,152		-,472	,638				
Çevreyi Korumaya Karşı Duyarlılık Bilinci	1,028	,035	,907	29,764	,000	,916	,876	,629	1,590
Olumsuz Tüketim Alışkanlıklarına Karşı Duyarlılık Bilinci	-,005	,019	-,007	-,258	,796	,308	-,016	,763	1,310
Çevreyi Korumak İçin Fedakârlık Bilinci	-,054	,032	-,050	-1,703	,090	,391	-,103	,670	1,492
Dünyadaki Çevreci Politikalara Karşı Bilinç	,065	,028	,068	2,291	,023	,434	,138	,669	1,495
Çevreci Bir Çabanın Gereksizliği Bilinci	-,012	,020	-,016	-,599	,550	-,319	-,036	,860	1,163
Bağımlı Değişken: İsraftan Kaçınma									
R: 0,918 R ² : 0,843 F _(3,271) : 288,982 P: 0,000 Durbin-Watson: 1,713 Metod: Enter									

Tablo 7 incelendiğinde “çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci, olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilinci, çevreyi korumak için fedakârlık bilinci, dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç ve çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci” ile “israftan kaçınma” arasında orta ve yüksek düzeyde pozitif ve negatif (sırasıyla; 0,916; 0,308; 0,391; 0,434; -0,319) bir ikili korelasyon olduğu görülmektedir. VIF değerleri arasında 10’dan yüksek bir değer ve tolerance değerleri arasında 0.20’den daha düşük bir değer olmadığı için bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılılığın olmadığı söylenebilir. Ayrıca Durbin–Watson katsayısı (1,713) bağımsız değişkenler ile hata terimleri arasında sorunlu bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Diğer taraftan bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişki mevcuttur (R: 0,918, R²: 0,843, p: 0,000). Standardize edilmiş regresyon katsayılarına (β) göre, çevreci bilinç düzeyi alt boyutlarının israftan kaçınma üzerindeki gö-reli önem sırası; “çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci, dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç, çevreyi korumak için fedakârlık bilinci, çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci ve olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık bilinci” şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, çevreyi korumaya

karşı duyarlılık bilinci ile dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinci, israftan kaçınma davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu bulgular ışığında; H_{1c} ve H_{11} kabul edilmiştir.

Demografik Özelliklere Göre Çevreci Bilinç Düzeyi ve Çevreci Davranışın Belirlenmesi

Katılımcıların çevreci bilinç düzeyi algılarının cinsiyet gruplarına göre farklılaşma durumunu gösteren t-testi sonuçları Tablo 8’de gösterilmiştir. Medeni durum grupları arasında herhangi bir anlamlı farklılık çıkmadığı için tabloya alınmamıştır. Ayrıca varyansların homojenliği testi yapılmıştır. Yapılan test sonucunda Çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci boyutu ve Dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç boyutu ile cinsiyet arasında ortalamaların eşit dağılım göstermesi üzerine t-testinin yapılabileceği ortaya çıkmıştır.

Tablo 8: T-Testi Sonuçları

Faktörler	Gruplar	N	\bar{X}	sd	t	P	
Çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci	Cinsiyet	Erkek	155	4,35	273	-1,156	0,002
	Kadın	120	4,44				
Dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç	Cinsiyet	Erkek	155	3,72	273	1,377	0,005
	Kadın	120	3,60				

Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların cinsiyet gruplarına göre “çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci ve dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç” düzeylerine yönelik anlamlı bir farklılık görülmektedir. Çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinç düzeyi konusunda kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha çok bilinçli olduğu görülmektedir. Dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç konusunda ise erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre bilgi düzeylerinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durumda demografik özellikler ile ilgili oluşturulan hipotezler içerisinde H_{2a} kabul edilmiştir.

Katılımcıların demografik özelliklerinden yaş, eğitim durumu, meslek ve gelir gruplarına bağlı olarak çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranışın farklılık gösterip göstermediği ANOVA analiz sonucunda belirlenmiştir. Analiz yapılmadan önce varyansların homojenliği testi yapılmıştır. Yapılan test sonucunda boyutlar ile yaş, eğitim durumu, meslek ve gelir grupları arasında ortalamaların eşit dağılım göstermesi üzerine Tukey testi yapılmıştır. Tablo 9 incelendiğinde katılımcıların yaş gruplarına göre çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci konusunda 26-35 yaş grubunun 18-25 yaş grubuna göre daha yüksek bilinç düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi konusunda ise yine 26-35 yaş grubunun 18-25 yaş grubuna göre daha yüksek bilinç düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında ise lise, üniversite ve lisansüstü mezunlarının ortaokul mezunlarına göre çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci, çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci ve israftan kaçınma konularında bilinç düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Meslek gruplarına bakıldığında ise;

- Çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci boyutunda ise devlet memuru ve özel sektör çalışanlarının işçilere göre;
- Çevreyi Korumak İçin Yapılan Fedakarlıklar boyutunda ise özel sektör ve serbest meslek çalışanlarının öğrencilere göre;

- Geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi boyutunda ise özel sektör çalışanlarının öğrencilere göre daha yüksek bir bilince sahip oldukları söylenebilir.

Gelir grubuna bakıldığında ise çevreyi korumak için fedakârlık bilinci ve dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç konularında 2501-3500 TL gelire sahip olanların 4501 TL ve üzeri gelire sahip olanlara göre bilgi düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 9: ANOVA testi sonuçları

Faktörler	Varyansın kaynağı	Kareler Top.	Sd	Kareler Ort.	F	p	Yaş grupları	N	\bar{X}	
Çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci	Gruplar arası	4,175	4	1,044	2,564	,039	18-25	66	4,18	
	Gruplar içi	109,921	270	,407			26-35	116	4,47	
	Toplam	114,097	274				36-45	62	4,45	
	Anlamli fark (A-B); 18-25 yaş grubu ile 26-35 yaş grubu							46-55	16	4,33
								56 ve üzeri	15	4,48
Geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi	Gruplar arası	4,648	4	1,162	2,425	,048	18-25	66	3,90	
	Gruplar içi	129,398	270	,479			26-35	116	4,20	
	Toplam	134,046	274				36-45	62	4,18	
	Anlamli fark (A-B); 18-25 yaş grubu ile 26-35 yaş grubu							46-55	16	4,01
								56 ve üzeri	15	4,28
Çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci	Gruplar arası	6,038	4	1,509	3,771	,005	İlkokul	11	4,27	
	Gruplar içi	108,059	270	,400			Ortaokul	14	3,88	
	Toplam	114,097	274				Lise	108	4,33	
	Anlamli fark (A-B); Ortaokul ile Üniversite ve Lisansüstü							Üniversite	119	4,48
								Lisansüstü	23	4,59
Çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci	Gruplar arası	22,941	4	5,735	6,847	,000	İlkokul	11	2,40	
	Gruplar içi	226,144	270	,838			Ortaokul	14	2,89	
	Toplam	249,085	274				Lise	108	1,94	
	Anlamli fark (A-B); Ortaokul ile Lise, Üniversite ve Lisansüstü							Üniversite	119	1,74
								Lisansüstü	23	1,52
İsraftan kaçınma	Gruplar arası	8,806	4	2,201	4,308	,002	İlkokul	11	4,18	
	Gruplar içi	137,960	270	,511			Ortaokul	14	3,83	
	Toplam	146,765	274				Lise	108	4,40	
	Anlamli fark (A-B); Ortaokul ile Lise, Üniversite ve Lisansüstü							Üniversite	119	4,51
								Lisansüstü	23	4,73
Çevreci bir çabanın gereksizliği bilinci	Gruplar arası	21,551	7	3,079	3,613	,001	İşçi	17	2,73	
	Gruplar içi	227,535	267	,852			Devlet memuru	66	1,71	
	Toplam	249,085	274				Özel sektör ç.	72	1,70	
	Anlamli fark (A-B); işçi ile devlet memuru ve özel sektör çalışanı							Ev hanımı	23	2,23
								Serbest mes.	24	1,89
								Öğrenci	43	2,06
								Çalışmıyor	17	1,73
								Emekli	13	1,73
								İşçi	17	3,31
								Devlet memuru	66	3,54
Çevreyi Korumak İçin Yapılan Fedakarlıklar	Gruplar arası	12,157	7	1,737	2,453	,019	Özel sektör ç.	72	3,61	
	Gruplar içi	189,037	267	,708			Ev hanımı	23	3,50	
	Toplam	201,194	274				Serbest mes.	24	3,81	
	Anlamli fark (A-B); öğrenci ile özel sektör çalışanı ve serbest meslek çalışanı							Öğrenci	43	3,07
								Çalışmıyor	17	3,53
								Emekli	13	3,65
								İşçi	17	3,91
								Devlet memuru	66	4,15
								Özel sektör ç.	72	4,24
								Ev hanımı	23	4,04
Geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi	Gruplar arası	7,326	7	1,047	2,205	,034	Serbest mes.	24	4,32	
	Gruplar içi	126,720	267	,475			Öğrenci	43	3,81	
	Toplam	134,046	274				Çalışmıyor	17	4,19	
	Anlamli fark (A-B); öğrenci ile özel sektör çalışanı							Emekli	13	4,26
								1600 ve altı	28	3,75
								1601-2500	74	3,68

Çevreyi korumak için fedakârlık bilinci	Toplam	127,462	274				2501-3500	78	3,89
	Anlamlı fark (A-B); 2501-3500 TL ile 4501 TL ve üzeri						3501-4500	29	3,54
							4501 ve üzeri	66	3,53
Dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinci	Gruplar arası	6,370	4	1,593	2,814	,026	1600 ve altı	28	3,56
	Gruplar içi	152,824	270	,566			1601-2500	74	3,71
	Toplam	159,194	274				2501-3500	78	3,85
	Anlamlı fark (A-B); 2501-3500 TL ile 4501 TL ve üzeri						3501-4500	29	3,66
						4501 ve üzeri	66	3,45	

*Gruplar arası farklılık 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, Çevreci bilinç düzeyinin çevreci davranış üzerine etkisi araştırılmıştır. Ayrıca çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranışın demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği irdelenmiştir.

Çevreci bilinç düzeyini belirleyen boyutları belirlemek için elde edilen verilere faktör analizleri uygulanmıştır. Çevreci bilinç düzeyi ile ilgili beş boyut belirlenmiştir. Bu boyutlar; “Çevreyi Korumaya Karşı Duyarlılık Bilinci”, “Olumsuz Tüketim Alışkanlıklarına Karşı Duyarlılık Bilinci”, “Çevreyi Korumak için Fedakârlık Bilinci”, “Dünyadaki Çevreci Politikalara Karşı Bilinç” ve “Çevreci Bir Çabanın Gereksizliği Bilinci” şeklindedir. Bohlen vd. (1993) araştırmasında çevreci bilinçle ilgili benzer şekilde beş boyut belirlenmiştir. Bohlen vd. (1993) tarafından belirlenen boyutlar; “spesifik çevresel problemlerle ilgili algılanan bilgi düzeyi”, “çevresel tutum” “geri dönüşüm faaliyetleri”, “siyasi eylem” ve “satın alma davranışı” şeklindedir. İki çalışmada da boyut sayısı ve isimleri benzerlik göstermektedir. Dikmenli ve Konca'nın (2016) çevre bilinci ile ilgili yaptıkları çalışmada 4 boyut ortaya çıkarılmıştır. Bu boyutlar duyarlılık bilinci, davranış bilinci, sosyal baskı ve bilincin yönlendirilmesidir (Dikmenli ve Konca, 2016, s. 1281). Köse ve Gül'ün (2014) öğretmen adayları için çevre sorumluluğuna bağlı tüketici bilincini belirlemeye yönelik yaptığı çalışmada, 3 boyut ortaya çıkarılmıştır. Bunlar; çevreye karşı sorumluluk ve bilinç, tüketim ve satın alma ve tasarruf olarak adlandırılmıştır (Köse ve Gül, 2014, s. 268). Çabuk ve Karacaoğlu'nun (2003) yaptığı çalışmada çevre duyarlılıkları ile ilgili ortaya çıkan boyutlar hava kirliliğine karşı duyarlılık, su kirliliğine karşı duyarlılık, toprak kirliliğine karşı duyarlılık, ekolojik denge, çevre konusunda çalışmalara katılma ve örgün eğitim kurumlarında aldıkları çevre eğitimidir (Çabuk ve Karacaoğlu, 2003, s. 193-195).

Bu çalışma ve literatürdeki diğer çalışmalar birlikte düşünüldüğünde belirlenen ortak boyutlar; çevreyi koruma bilinci, geri dönüşümlü ürün kullanma bilinci, çevre için fedakarlık ve çevre ile ilgili uygulanan politikalara ilişkin bilinç düzeyi gibi boyutların ön plana çıktığı görülmektedir. Bu çalışmada da dört boyutun da var olduğu görülmektedir.

Çevreci davranış ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda ise “Çevreyi Korumak için Yapılan Fedakarlıklar”, “Geri Dönüşüme Uygun Ürünlerin Tercih Edilmesi” ve “İsraftan Kaçınma” şeklinde üç boyut belirlenmiştir. Dursun ve arkadaşları (2018) çevreci davranış boyutlarını geri dönüşüm, yeşil tüketim, yalın tüketim, elektrik yatırım, gündelik enerji tasarrufu ve ısı tasarrufu şeklinde beş boyut olarak belirlemişlerdir. Karaca (2018), çevreci davranış faktörlerini; Çevre Duyarlılığı Faktörü, Tasarruf Faktörü, İhtiyaç Dışı Satın Alma Faktörü ve Yeniden Kullanılabilirlik Faktörü şeklinde dört olarak belirlemiştir. Literatürde

belirlenen boyutlar sayısal olarak farklılık gösterse de içerik olarak benzerlik gösterdiği görülmektedir. Özellikle geri dönüşümlü ürünlerin tercih edilmesi ve israftan kaçınma ya da tasarruf boyutlarının birçok çalışmada yer aldığı görülmektedir.

Çevreci bilinç düzeyinin çevreci davranışa etkisini ölçmek için gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda; bağımlı değişken olan çevreci davranış boyutlarının çevreci bilinç düzeyi boyutlarından etkilendiği görülmektedir. “Çevreyi korumak için yapılan fedakarlıklar” boyutunun “olumsuz tüketim alışkanlıklarına karşı duyarlılık” bilincinden etkilendiği ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla boyutta yer alan ifadeler ile birlikte düşünüldüğünde moda, tüketicinin özendirilmesi, sosyal ortamda öne çıkma isteği gibi durumların çevreyi olumsuz etkilediği düşünülmektedir. Bu doğrultuda gönüllü sade yaşam konusunun işlenmesinin çevreyi korumak adına faydalı olabileceği öngörülebilir.

“Geri dönüşüme uygun ürünlerin tercih edilmesi” boyutunun “Çevreye korumaya karşı duyarlılık bilinci” ve “çevreyi korumak için fedakârlık bilincinden” etkilendiği ortaya çıkmıştır. Boyutlarda yer alan ifadeler birlikte düşünüldüğünde tüketicilerin özellikle bireylerden ve hükümetlerden çevreyi koruma konusunda beklenti içerisinde olduğu görülmektedir. Her insanın çevreye karşı sorumluluğunun olduğu, bu sebeple hep birlikte hareket edilmesi gerektiği vurgulanabilir.

“İsraftan kaçınma boyutunun”, “çevreye korumaya karşı duyarlılık bilinci” ile “dünyadaki çevreci politikalara karşı bilinç” boyutlarından etkilendiği ortaya çıkmıştır. Bu sonuçla tüketicilerin çevreye karşı duyarlılığı artırılarak ve dünyada çevreci politikaları doğru uygulayarak israfın önüne geçilebileceği söylenebilir. Bu sonuçlar Rokicka’nın (2002) araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Demografik özelliklere göre çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranışın değişip değişmediği incelendiğinde; çevreci bilinç düzeyinin alt boyutu olan çevreyi korumaya karşı duyarlılık bilinci bakımından kadınların erkeklere göre daha yüksek bir bilinç düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Bu sonuç Çabuk ve Karacoğlu’nun (2003) araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bu durum kadınların yapıları gereği, kendileri, çocukları ve gelecek nesiller için tükenen kaynakları önemsediklerinden kaynaklandığı söylenebilir.

Çevre ile ilgili eğitim (kongre, seminer, konferans vb.) alıp almama durumuna göre çevre bilinç düzeyi analiz edildiğinde, ilginç bir şekilde çevre ile ilgili eğitim almayanların bilinç düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuç, yaş faktörleri ile beraber değerlendirildiğinde gençler daha çok çevre ile ilgili eğitim almışlarken ileri yaştakiler daha az eğitim almalarına karşın ileri yaş gruplarının genç yaştakilere göre daha yüksek bir çevreci bilinç düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Bu sonuçlar, Petts ve arkadaşlarının (1998) araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Eğitim durumuna bakıldığında ise eğitim seviyesi yüksek olanların çevreci bilinç düzeyinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Yani eğitim seviyesinin artması ile çevre bilinç düzeyi konusunda tüketicilerin daha fazla hassasiyet gösterdiği söylenebilir. Bu sonuçlarla Çabuk ve Karacoğlu’nun (2003), Roberts’ın (1996), Rokicka’nın (2002), Schlegelmilch ve arkadaşlarının (1996), Tahiroğlu ve arkadaşlarının (2010), Dikmenli ve Konca’nın (2016) çalışma sonuçları benzerlik göstermektedir. Gelir grubuna bakıldığında ise orta gelir grubunun çevreci bilinç düzeyi ve çevreci davranış

konularında yüksek gelir gruplarına göre daha olumlu bir algı içerisinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçla Roberts'ın (1996) ve Yaraş ve arkadaşları (2011) çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Bu araştırmanın evrenini Düzce ili oluşturmaktadır. Dolayısıyla Türkiye evren olarak kabul edilerek yeni çalışmalar yapılabilir. Demografik gruplar arasında yapılan farklılık analizlerinde ortaya çıkan farklılıkların neden kaynaklandığı ortaya çıkarılabilir. İşletme ve hükümetlerin çevreci politikalarına tüketicilerin ne kadar inandığı ve güvendiği hakkında çalışmaların yapılması önemli olacaktır.

Kaynakça

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, Nj: Prentice Hall.
- Altunışık, R., Çoşkun R., Bayraktaroğlu S. & Yıldırım E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. 6. Basım. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Bamberg, S., & Möser, G. (2007). Twenty years after hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psychosocial determinants of proenvironmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 27(1), 14–25.
- Bohlen, G., Schlegelmilch, B. B., & Diamantopoulos, A. (1993). Measuring ecological concern: a multi-construct perspective. *Journal of Marketing Management*, 9(4), 415-430.
- Burgess, J., Harrison, C. M., & Filius, P. (1998). Environmental communication and the cultural politics of environmental citizenship. *Environment and Planning A*, 30(8), 1445-1460.
- Büyüköztürk, Ş. (2015). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*, 21. Baskı, Ankara: Pegem Yayınları.
- Çabuk, B., & Karacaoğlu, C. (2003). Üniversite öğrencilerinin çevre duyarlılıklarının incelenmesi. *Journal of Faculty of Educational Sciences*, 36(1), 189-198.
- Çabuk, S., Nakıboğlu, B. ve Keleş, C. (2008). Tüketicilerin yeşil (ürün) satın alma davranışlarının sosyo-demografik değişkenler açısından incelenmesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 85-102.
- Dawson, A. G. (1992). *Ice age earth: late quaternary geology and climate*. London and New York: Routledge.
- Aktaran: Erhan, S. B. (2012). Çevre duyarlılığı ekseninde iletişim boyutuyla yeşil pazarlama, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Dikmenli, Y. & Konca, A. S. (2016). Tüketici çevre bilinci algı ölçeği geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 12(6), 1273-1289.
- Dursun, İ., Tümer K. E. ve Tuğer A. T. (2018). Çevreci tüketim davranışı: boyutları ve ölçümü, *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(3), 42-66.
- Erten, S. (2004). Çevre eğitimi ve çevre bilinci nedir, çevre eğitimi nasıl olmalıdır? *Çevre ve İnsan Dergisi*, 65(66), 1-13.
- Fuller, P. B. (1994). Assessing marketing in small and medium-sized enterprises, *European Journal of Marketing*, 28(12), 34-49.
- Gerlach, L. P. (2001). The structure of social movements: environmental activism and its opponents. In J. Aqullia and D. Ronfeldt (Eds), *Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, And Militancy*, 289-310. Santa Monica, CA: RAND Corporation.
- Hines, J.M., Hungerford, H.R. & Tomera, A.N. (1987). Analysis and synthesis of research on responsible pro-environmental behavior: a meta-analysis, *The Journal of Environmental Education*, 18(2), 1–8.

- Hoody, L. (1995). *The educationa efficacy of environmental education*, 1-20. San Diego, Ca: The Pew Charitable Trusts And The Council of Chief State School Officers.
- Hungerford, H. R., & Volk, T. L. (1990). Changing learner behavior through environmental education. *Journal of Environmental Education*, 21(3), 8-21.
- Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, 3. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karaca, Ş. (2018). Yaşam tarzının sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir çalışma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 403-425.
- Karagöz, Y. & Kösterelioğlu İ. (2008). İletişim becerileri değerlendirme ölçeğinin faktör analizi metodu ile geliştirilmesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 81-97.
- 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.
- Köse, Ö. E. & Gül, Ş. (2014). Öğretmen adayları için çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci ölçeğinin geliştirilmesi. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 13(26), 257-277.
- Petts, J., Herd, A. and O'hEocha, M. (1998). Environmental responsiveness, individuals and organizational learning: SME experience, *Journal of Environmental Planning and Management* 41(6), 711-731.
- Polonsky, M. J. & Rosenberger, P. J. (2001). Reevaluating green marketing: a strategic approach, *Business Horizons*, 44(5), 21-30.
- Redclift, M. & Benton, T. (1994). Introduction. In M. Redclift & T. Benton (Eds), *Social Theory And The Global Environment*, London: Routledge.
- Roberts, J. A. (1996). Green consumers in the 1990s: profile and implications for advertising. *Journal of Business Research*, 36(3), 217-231.
- Rokicka, E. (2002). Attitudes toward natural environment: a study of local community dwellers. *International Journal of Sociology*, 32(3), 78-90.
- Scannell, L. & Gifford, R. (2010). The relations between natural and civic place attachment and pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 289-297.
- Schlegelmilch, B. B., Bohlen, G. M. & Diamantopoulos, A. (1996). The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. *European Journal of Marketing*, 30(5), 35-55.
- Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: an integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29(3), 309-317.
- T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (2016). Türkiye Çevre Sorunları ve Öncelikleri Değerlendirme Raporu, Çevresel Etki Değerlendirmesi, İzin ve Denetim Genel Müdürlüğü, Çevre Envanteri ve Bilgi Yönetimi Dairesi Başkanlığı, Veri Değerlendirme Şube Müdürlüğü, İl Çevre ve Şehircilik Müdürlüklerince Hazırlanan İl Çevre Durum Raporlarının İl Çevre Sorunları ve Öncelikleri Araştırma Formları, Yayın No:32, Ankara.
http://www.csb.gov.tr/db/ced/editor/dosya/cevre_sorun_2016.pdf
- Tahiroğlu, M., Yıldırım, T. & T. Çetin, T. (2010). Değer eğitimi yöntemlerine uygun geliştirilen çevre eğitimi etkinliğinin ilköğretim 7. sınıf öğrencilerinin çevreye ilişkin tutumlarına etkisi. *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 231-248. Akt. Dikmenli ve Konca, 2016; 1277.
- Türküm, A. S. (1998). Çağdaş toplumda çevre sorunları ve çevre bilinci. Ed. Can, G. içinde, *Çağdaş yaşam çağdaş insan*. 165-181 Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

-
- Yaraş, E., Akın, E. & Şakacı, B. K. (2011). Tüketicilerin çevre bilinci düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma, *Öneri Dergisi*, 9(35), 117-126.
- Yıldız, E. & Barut, A. (2016). Yeşil pazarlama karması, çevresel kaygı ve çevresel bilginin yeşil ürün satın alma davranışı üzerindeki etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7(16), 158-170.
- Yücel, M., Altunkasa, F., Güçray, S., Uslu, C., & Say, N. P. (2006). Adana'da çevre duyarlılığı düzeyinin ve geliştirme olanaklarının araştırılması. *Mediterranean Agricultural Sciences*, 19(2), 217-228.
- Yücel, M., & Ekmekçiler, Ü. S. (2008). Çevre dostu ürün kavramına bütünsel yaklaşım; temiz üretim sistemi, eko-etiket, yeşil pazarlama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(26), 320-333.
-